

A vertical rectangular image on the left side of the slide. It shows a person climbing a tall, dark ladder. The background is a collage of Euro banknotes (1, 2, 5, 10, 20, 50, 100, 200, 500) and a stock market ticker with various company names and numbers. The overall color scheme is blue and green.

## Семинар-тренинг

# «Мастерство продаж. Привлечение клиентов к персональному тренингу»

Лектор Дмитрий Шептухов

# Задачи семинара:

- Понимание и отработка технологии продаж персонального тренинга
- Разработка и практическое освоение речевых шаблонов для различных ситуаций в продажах
- Повышение эффективности первичных продаж персонального тренинга

# Содержание семинара:

- **Вступление:**

- этично ли продавать ПТ?

- **Технология первичных продаж:**

- этап 1. Установление контакта
- этап 2. Выяснение потребностей
- этап 3. Презентация услуги
- этап 4. Работа с возражениями
- этап 5. Завершение сделки



# Этично ли продавать ПТ?

- Тренировки – это обязательная необходимость для современного человека для того чтобы прожить дольше
- Любому клиенту необходим ПТ
- Кому больше нужен ПТ: тренеру или клиенту?

# Этично ли продавать ПТ?

- Если вы не продали клиенту персональную тренировку, то вы лишили его оптимального тренировочного прогресса!
- Сначала вы продаете ПТ, а затем получаете благодарность от клиента



# Выводы

- Продажи ПТ – это ситуация «Выиграй-выиграй»
- Если вы хотите стать успешным тренером, то есть помогать людям и зарабатывать деньги, вы должны научиться продавать
- Легче научиться тому, что любишь

# Продажи – это ТЕХНОЛОГИЯ

Важность технологии:

1. Понятно, что делать
2. Можно концентрироваться на каждом шаге
3. Отсутствие психологических проблем
4. Возможность анализа
5. Продавать может научиться ЛЮБОЙ

# Технология продаж

1.  
Устан  
овлен  
ие  
конта  
кта

2.  
Выяс  
нени  
е  
потре  
бност  
и

3.  
През  
ентац  
ия  
услуг  
и

4.  
Работ  
а с  
возра  
жени  
ями

5.  
Закр  
ытие  
сдел  
ки

∞





# Этап 1. Установление контакта

- Почему важно устанавливать контакты
- Что нас останавливает в установлении контактов
- Источники контактов
- Как устанавливать контакты

# Эффект воронки в продажах

## Вариант 1

Контакты с клиентами

Презентация ПТ

\$

# Вариант 2

Контакты с клиентами

Презентация  
ПТ

\$

**Важно!!!**

- **Контакты = продажи, т.к. продажи – это статистика**
- **Контакты – это РАБОТА тренера**

# Что нас останавливает в установлении контактов?

- Я стесняюсь
- Вдруг это чей-то персональный клиент
- Клиент очень опытный / самоуверенный
- С этим клиентом уже безрезультатно общались многие тренеры
- Он не купит, потому что дорого / одет как БОМЖ
- Вдруг меня «пошлют»
- Если клиенту будет надо, то он сам ко мне обратится...

**«Успешные люди ищут возможности,  
а слабые - отговорки!» 12**

# Правила установления контактов:

1. Не критиковать (сразу/напрямую)
2. Не спорить с клиентом, а предлагать альтернативу
3. Не ругать и не критиковать коллег
4. Не говорить НЕТ

# Речевые шаблоны.

## Упражнение :

В группах написать не менее 5 точных формулировок по установлению контакта

### Задания

- Группа №1 - Клиент неправильно выполняет упражнение
- Группа №2 - Клиент правильно выполняет упражнение

# Результаты 1-го этапа «Установление контакта»

1. Знаем максимально возможное количество клиентов
2. Знаем имена клиентов
3. Клиенты знают и позитивно настроены по отношению к тренеру и готовы к дальнейшему общению с ним.

**Если тренер будет ждать контактов и не провоцировать их сам, то он рискует умереть с голоду!**

## Этап 2 «Выяснение потребностей»

- Главная цель этапа – выявить главную проблему / потребность, которую необходимо решить / удовлетворить

### Задачи этапа:

1. Определить стереотипы клиента касательно тренировочного процесса
2. Определить несоответствия между желаниями и действительными потребностями клиента
3. Определить степень мотивации клиента
4. Определить ограничения к тренировкам (физические, временные)




# Эффективное выявление потребностей – это фундамент для эффективной презентации

Не ждите, что клиент сможет изложить свою проблему кратко и логично.  
Ключевые компетенции тренера:

- а) умение структурировать беседу
- б) умение задавать правильные вопросы

# Техника сбора информации

<b>Плюсы беседы</b>	<b>Плюсы анкеты</b>
Можно проводить в любое время и в любом месте	Возможность запомнить информацию
Удобно управлять беседой	Формальный повод для выявления потребностей
Непринужденность общения	Беседа структурирована, и тренер ничего не забудет
Способствует обмену мнениями	«Заставляет» тренера задавать вопросы и СЛУШАТЬ
 A silhouette of a runner in starting blocks on a track, positioned in the bottom-left corner of the table cell.	Повышает профессиональную компетенцию тренера и значимость клиента

# Техника сбора информации

1. Объяснить клиенту, почему важно получить от него данную информацию, пример: \_\_\_\_\_
2. Задача тренера – выявить истинные потребности клиента. Главный вопрос - ПОЧЕМУ?
3. Перефразирование – повторение своими словами
4. Уточнение

# Упражнение

## «Составление анкеты».

*В группах написать возможные вопросы к представленным ниже блокам вопросов*

### Блоки вопросов

1. История занятий спортом/фитнесом
2. Питание и режим дня
3. Травмы, заболевания
4. Тренировочные цели и планы

# Важно!!!

- Любому клиенту что-то делает неправильно, важно понять что
- Главное - выявить основную и истинную проблему/потребность, которую необходимо решить
- Качественное выявление потребностей = качественная презентация

# Этап 3. ПРЕЗЕНТАЦИЯ УСЛУГИ

- Задача этапа – показать клиенту, как решить выявленные ранее потребности

## Виды презентаций:

- Формальная презентация
- Неформальная презентация



# Формальная презентация (инструктаж / вводная тренировка)

Задача инструктажа/  
вводной тренировки:

Реклама персонального тренинга,  
возможность для клиента  
попробовать услугу, а для тренера  
- продемонстрировать свою  
квалификацию

# Правила эффективности проведения вводной тренировки

Поверхностно

Как провести инструктаж?

Глубоко

1. Клиент запутается и купит тренировку???
2. Клиент все запомнит и ему не потребуется тренер???
3. Клиент поймет, что это просто!!!

1. Клиент купит только то, в чем увидит для себя ценность, и если поймет, что для него это важно
2. Клиент поймет, что тренировки – это сложный и многофакторный процесс и что сам он не справится
3. Клиент купит у того, кто докажет свою высокую квалификацию

Первое правило:  
«Лучше меньше, но глубже»



# От мотивации к упражнению

- 1 шаг – общая мотивация к тренировкам (позитивная и негативная мотивации)
- 2 шаг – конкретная мотивация к этому упражнению / виду нагрузки
- 3 шаг – тонкости в выполнении упражнения

# Правило второе:

- «Если вы хотите преуспеть в продажах, то подарите клиенту то, что другие продают».

Бизнес в стиле фанк



# Правило третье:

- «Клиент должен выполнять упражнения, или начинайте тренировать»

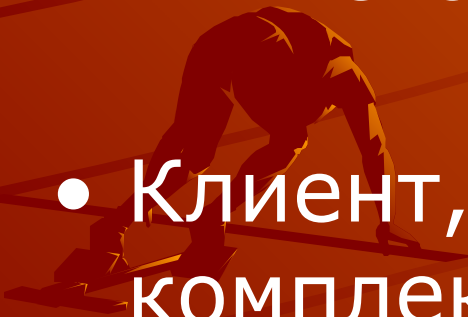


# Правило четвертое:

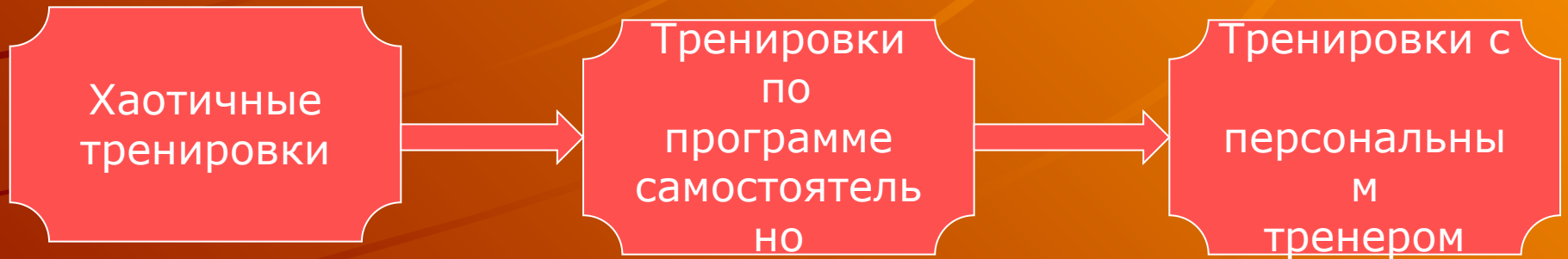
«Осторожно!

Составление программы тренировок»

- То, что составляется за 1 час, является комплексом упражнений
- Клиент, тренирующийся по такому комплексу и не достигший желаемого, всегда обвинит тренера.



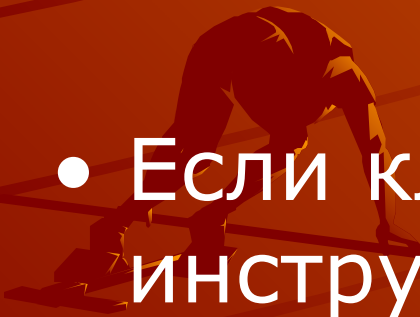
# Осторожно! Программа тренировок



- Задача – перевести клиента на постоянный персональный тренинг
- Тренеру необходимо показать отличия самостоятельных тренировок по программе и персональных занятий, предложив клиенту блок из 5-10 тренировок

# Отказы в инструктажах

- Более активные тренеры проводят больше инструктажей и, как следствие, зарабатывают больше денег
- Если клиент отказывается от инструктажа, начинайте с неформальной презентации



# Неформальная презентация

– это любое общение с клиентом  
касательно решения его проблемы /  
потребности

Варианты:

- собственные тренировки
- «рыбные» тренажеры / упражнения
- особенности телосложения
- упражнения /приемы, возможные только с тренером
- методика тренировки
- постановка цели

# Работа со стереотипами клиентов, переходящая в презентацию

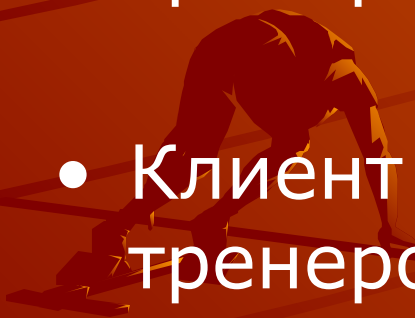
- Слишком частые / интенсивные тренировки
- Слишком редкие / не интенсивные тренировки
- Локальное жиросжигание
- Сначала подготовлюсь к персональному тренингу
- Скорость выполнения упражнений
- Короткая амплитуда
- Читинг
- Боязнь накачаться / потерять мышечную массу
- Чем быстрее, тем лучше
- Боязнь посттренировочных мышечных болей
- Неадекватные способы тренировки
- Неадекватные тренировочные цели



# Важно!!!

## Итоги презентации

- Клиент понимает, насколько для него важны тренировки в данной зоне
- Клиент увидел высокую квалификацию тренера
- Клиент понял, как эти тренировки с этим тренером помогут ему решить его проблему / потребность!!!



# Предложение покупки

- Любая презентация должна заканчиваться предложением о покупке
- Откладывая продажу на завтра, вы откладываете ее навсегда.  
Продавайте сегодня!
- Большинство тренеров страдают синдромом «Боязнь отказа»

Предложение покупки содержит:

1. собственно предложение

2. выгоды от покупки

Упражнение:

Индивидуально написать не менее 5 конкретных фраз, озвучивающих возможность покупки.



## 2 этап. Выбор значимых для клиента выгод

- **Свойства и выгоды персонального тренинга – продавайте только выгодами!**
- **В предложении о покупке не более 3-х выгод в последовательности:**
  - 1 – сильная**
  - 2 – средняя**
  - 3 – самая сильная**

# Принципы выбора выгод

## Возможные выгоды персонального тренинга:

- **Безопасность**
- **Эффективность**
- **Скорость**
- **Устойчивость достигнутого результата**
- **Мотивация к тренировкам**
- **Комфорт**
- **Статус?**

# Упражнение в парах

**Придумать и записать предложение о покупке, в котором:**

- 1. Предложить купить*
- 2. Озвучить не более 3-х выгод для клиента в правильном порядке*

# Упражнение в парах

*Придумать и записать предложение о покупке, в котором запрещено использовать слова:*

- **Безопасность**
- **Эффективность**
- **Скорость**
- **Устойчивость достигнутого результата**
- **Мотивация к тренировкам**
- **Комфорт.**

*Возможные варианты:*

*Вес, объемы тела, состав тела, здоровье, самочувствие, навык, подготовка к чему- либо*

# Называние цены

- Стоимость тренировок называется непосредственно персональным тренером
- Стоимость называется только после презентации, когда клиенту понятны все выгоды
- Часто клиенту нужно больше информации, но он не знает, что спросить и спрашивает цену



# Называние цены

- Цену следует называть спокойно и уверенно, глядя человеку в глаза
- Никогда не обсуждайте стоимость тренировок, это так и не может быть иначе
- Следует озвучить все клип-карты и задать альтернативный вопрос

## Этап 4. Работа с возражениями

- **Что будет, если не работать с возражениями?**
- **Если вы услышали от 20 клиентов возражения и не стали с ними работать, сколько из них купят тренировки?**
- **Самый часто встречающийся ответ - ?**

# Суть возражений

- Большинство возражений – это пробел в презентации
- Возражение может быть защитным механизмом
- В любом случае с возражением нужно работать
- Большинству тренеров не хватает здоровой напористости при работе с возражениями
- Проблема влезть в интимное пространство клиента

# Распространенные возражения

- Дорого
- Я подумаю
- Я посоветуюсь
- Нет времени
- Смогу сам
- Мне это не нужно
- Не тот пол тренера
- Не уверен в результате
- Лень

# Технология работы с возражениями

Расставляйте приоритеты и переводите возражения в выгоды

- Шаг 1 – выждать паузу
- Шаг 2 – принять сторону клиента
- Шаг 3 – попросить разрешения задать вопрос
- Шаг 4 – изолировать возражение
- Шаг 5 – найти решение (показать выгоды)
- Шаг 6 – завершить сделку

# Шаг 1 – выждать паузу

- Это показывает, что вы слушаете человека
- Это подталкивает клиента развить свою мысль, что позволяет вам получить больше информации



## Шаг 2 – принять сторону клиента

- Это позволяет избежать давления и сохранить комфорт в общении
- Варианты:



## Шаг 3 - Попросить разрешения задать вопрос

- При переходе от шага 2 к шагу 3 вместо «НО» использовать «И»
- Варианты:





## Шаг 4 - Изолировать возражение

- Клиент не сможет в дальнейшем сам себе противоречить, поскольку ему психологически важно выглядеть последовательным

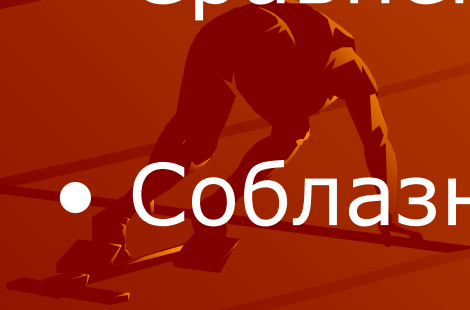
- Варианты:



# Шаг 5 – Найти решение (показать выгоды)

Варианты:

- Возврат к выявлению потребностей
- Сравнение с чем-либо
- Соблазн выгодами
- Решение проблемы



# Шаг 6 – Завершить сделку

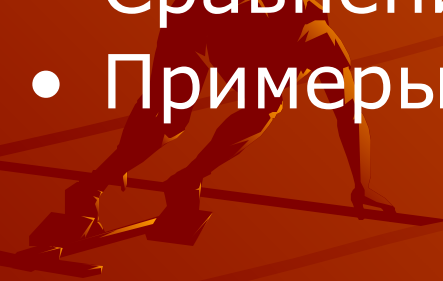
Варианты:



# Возражение «Дорого»

- Нетипичная причина: клиент не может понести дополнительные расходы
- Типичная причина 1: клиент считает, что это не стоит таких денег
- Типичная причина 2: клиент считает, что это дорого в сравнении с другими своими затратами

# Что делать?

1. Показать клиенту, что его здоровье, внешность и физическая форма стоят любых денег. Выгоды!
2. Сравнить стоимость тренировок с тем, на что еще клиент тратит деньги. Сравнения!
  - Примеры:A silhouette of a person in a starting crouch on a track, positioned to the left of the text.
  - Упражнение:  
Придумать 6 шагов с работой над возражением

# Возражение «Я подумаю»

- Возможно, это вежливый отказ
- Возможно, это скрытое возражение, вследствие чего тренеру нужно выявить истинное возражение
- В идеале тренеру нужно угадать истинное возражение
- Особенностью работы с данным возражением является цикличность

Примеры:

Упражнение:

Придумать 6 шагов с работой над возражением

# Я посоветуюсь

- Велика вероятность, что это вежливый отказ или скрытое возражение
- Если клиент действительно будет советоваться, то презентация должна быть особенно убедительной
- По поводу чего будет советоваться клиент?

Примеры:

Упражнение:

Придумать 6 шагов с работой над возражением

# Возражение «Нет времени»

- Легкое возражение, поскольку мы предлагаем решить приоритетные жизненные задачи, при этом нам требуется очень мало времени
- Задача персонального тренера показать, что тренировки - намного более важная вещь, чем многое из того, чем занимается клиент
- Если не удалось согласовать время – рекомендуем клиенту другого тренера!!!

Примеры:

Упражнение:

Придумать 6 шагов с работой над возражением



# Возражение «Смогу сам»

- Как никакое другое возражение показывает плохую или отсутствующую презентацию
- Тренер попадает в ситуацию, когда приходится повторять презентацию другими словами, если клиент готов ее выслушать
- На конкретном примере показать сложность тренировочного процесса
- Ссылка на профессиональный опыт клиента

Примеры:

Упражнение:

Придумать 6 шагов с работой над возражением

# Возражение «Мне это не нужно»

- Показывает отсутствие презентации
- Тренеру остается заново проводить презентацию
- Мотивируйте!

# Возражение «Не тот пол тренера»

- Лучший способ работы с данным возражением – провести аналогию работы тренера и врача
- Перенос внимания клиента с процесса тренировки на результат
- Если не удалось преодолеть это возражение, предложите клиенту другого тренера соответствующего пола

# «Не уверен в результате»

- Тренер точно может гарантировать:
  - 1) безотказно работающую технологию
  - 2) помощь и поддержку в освоении данной технологии

Примеры:

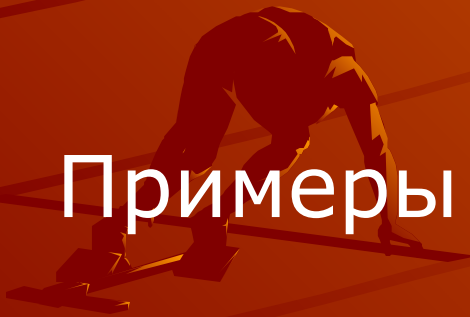
Упражнение:

Придумать 6 шагов с работой над возражением

# Возражение «Лень»

- Мотивируйте!!!
- Негативная и позитивная мотивации

Примеры:



# Важно!!!

- Если бы тренеры не сдавались раньше времени, они заключали бы в 3 раза больше сделок!
- Лучше предупредить возражения, чем их преодолевать
- Ключ к успешной работе с возражениями – правильно расставить приоритеты

# Если все-таки вам отказали в покупке

- Нельзя «наказывать» за отказ, а сформулировать для клиента четкий план действий, мотивировать к тренировкам и обозначить дальнейшую возможность помощи
- В результате вы:
  - 1) помогаете людям
  - 2) получаете вероятность будущей покупки
  - 3) получаете рекомендации
- Для умного продавца продажа - это вопрос времени

# Этап № 6. Завершение сделки

## Заккрытие сделки:

1. Договориться о точной дате и времени, используя **ТОЛЬКО** альтернативные вопросы
2. Записать клиента в свое расписание
3. Если тренировка состоится не сейчас, то предложить клиенту оплатить тренировки сегодня. Например:
4. Обменяться телефонами

**Сделка не завершена, пока клиент не заплатил за услугу!**



# ИТОГИ: Технология продаж

1.  
Устан  
овлен  
ие  
конта  
кта

2.  
Выяс  
нени  
е  
потре  
бност  
и

3.  
През  
ентац  
ия  
услуг  
и

4.  
Работ  
а с  
возра  
жени  
ями

5.  
Закр  
ытие  
сдел  
ки

65



# Заключение

- «Делай, что должен и будь, что будет»
- «Знания- это сила, но знания без действий не дадут вам ничего»
- «Не ищите оправданий, а зарабатывайте деньги!»